

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一刊号:CN11—0057 ■ 邮发代号:81—9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

# 中国轻工联党委召开中心组学习(扩大)会 传达学习党的十九届六中全会精神

11月15日,中国轻工业联合会党委书记张崇和主持召开中心组学习(扩大)会,专题传达学习党的十九届六中全会精神。党委副书记王世成传达辅导六中全会精神。张崇和传达11月14日国资委陈超英、谭作钧、任洪斌三位同志传达的习近平总书记在六中全会上的三次讲话精神,传达郝鹏同志的讲话要求。中国轻工联秘书长郭永新、党建人事部主任杨曙光,中国缝制机械协会党支部书记杨晓京结合工作实际,交流学习心得。

会议认为,党的十九届六中全会,是在我们党成立一百年的重要历史时刻,在党和人民胜利实现第一个百年奋斗目标、全面建成小康社会,正向着全面建设社会主义现代化强国的第二个百年奋斗目标迈进的重大历史关头召开的一次重要会议,在党的历史上具有重要的里程碑意义。

会议认为,全会通过的《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》,总结了党的百年奋斗重大成就和历史经验,对实现第二个百年奋斗目标提出了明确要求。这是一篇马克思主义的纲领性文献,是新时代中国共产党人牢记初心使命、坚持和发展中国特色社会主义的政治宣言,是以史为

鉴、开创未来、实现中华民族伟大复兴的行动指南。

会议认为,确立习近平同志党中央的核心、全党的核心地位,确立习近平新时代中国特色社会主义思想的指导地位,反映了全党全军全国各族人民共同心愿,对新时代党和国家事业发展、对推进中华民族伟大复兴历史进程具有决定性意义。

会议认为,习近平总书记在全会上的重要讲话,回顾总结了一年多来党和国家的重要工作,深刻阐述了《决议》的历史背景、指导思想、基本原则、思想精髓和主要内容,对做好当前党和国家各项工作,做好党的二十大准备工作提出了明确要求,充满了对党的光荣历史的高度自信、对党和国家事业发展的深邃思考,进一步深化了我们对党的历史的认识,增强了我们奋进新征程、夺取新胜利的信心和力量。

张崇和在小结讲话中强调,学习贯彻党的十九届六中全会精神,是当前和今后一个时期的重要政治任务,会社各级党组织要按照党中央的部署,按照郝鹏同志11月14日的讲话要求,抓好六中全会精神的学习贯彻,深刻认识总结党的百年奋斗重大成就和历史经验,确保取得实实在在的成效。



张永利 摄

对学习贯彻好六中全会精神,张崇和提出五点要求。

一要深刻认识六中全会的重大意义。召开党的十九届六中全会,总结党的百年奋斗重大成就和历史经验,是在全面建设社会主义现代化国家新征程、在新时代坚

持和发展中国特色社会主义的需要;是增强政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识,坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信,做到坚决维护习近平同志党中央的核心、全党的核心地位,坚决维护党中央权威和集中统一领导,确保全党步调一致向前进的需要;是推

进党的自我革命、提高全党斗争本领和应对风险挑战能力、永葆党的生机活力、团结带领全国各族人民为实现中华民族伟大复兴的中国梦而继续奋斗的需要。我们要深刻认识“四个伟大成就”、“马克思主义理论的三次飞跃”、“两个确立”,深刻认识全会的重大意义。

二要自觉坚守理想信念。要不忘初心,对党忠诚,始终在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,做到“两个维护”,确保各项工作始终坚持正确政治方向。

三要深刻认识全会精神的核心要义。要深入学习领会总书记受中央政治局委托作的工作报告,重点把握一年来党和国家取得的重大成就;要深入学习领会总书记对《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》的说明,深刻把握决议的内涵和要义,重点把握百年奋斗四个阶段取得的“四个伟大成就”和“十个坚持”的宝贵历史经验,深刻认识新时代的中国共产党必须始终坚守的基本原则和必须坚决履行的历史使命;要深入学习领会习近平总书记对《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》的说明,深刻把握决议的内涵和要义,重点把握百年奋斗四个阶段取得的“四个伟大成就”和“十个坚持”的宝贵历史经验,深刻认识新时代的中国共产党必须始终坚守的基本原则和必须坚决履行的历史使命;要深入学习领会习近平总书记对《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》的说明,深刻把握决议的内涵和要义,重点把握百年奋斗四个阶段取得的“四个伟大成就”和“十个坚持”的宝贵历史经验,深刻认识新时代的中国共产党必须始终坚守的基本原则和必须坚决履行的历史使命。

作要求。四要切实抓好学习贯彻。要充分发挥各级领导干部表率作用,坚持以上率下,突出示范引领,认真学习、静心学、带头学、逐字逐句学,把三个重大历史决议贯通起来学。要综合运用中心组学习会、专题民主生活会、座谈会等多种手段,教育引导广大党员干部深入系统学、联系实际学。要在深入学习基础上,巩固党史学习教育成果,真正做到学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行。

五要以全会精神推动轻工业各项工作上水平。要以六中全会精神为动力,推动轻工业构建新发展格局,实现“双碳目标”,巩固脱贫攻坚成果,促进共同富裕,实现高质量发展。要把学习贯彻六中全会精神和贯彻总书记讲话精神成效转化为干事创业、攻坚克难的奋进力量,推动轻工业高质量发展更上一个高水平,以优异成绩向党的二十大献礼。

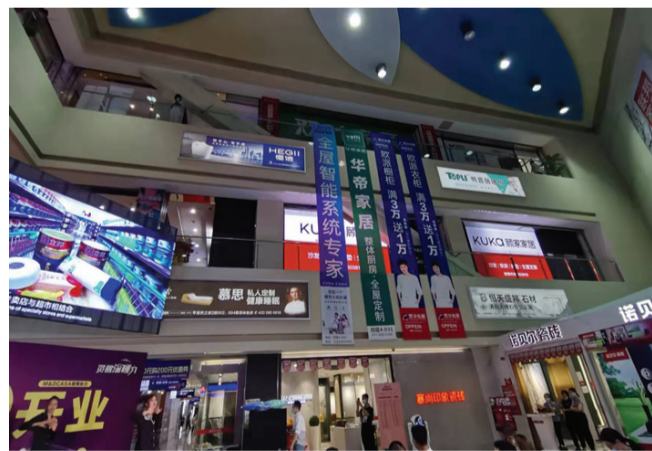
党的十九届六中全会召开前后,会社党委迅速部署,要求认真学习大会公报,及时收听收看中共中央新闻发布会实况。64家基层党组织迅速响应,分别以集中收看直播、观看视频回放等方式,组织全体党员干部职工认真观看,认真学习。

□ 本报记者 陆俊 文/摄

在电商日益强大的背景下,家居卖场如何吸引更多的消费者逛商场、进实体店?业态多元化、休闲娱乐化成为当下家居卖场转型求变的一个方向。让家居卖场不再单纯地卖东西,而是打造成为人们休闲、娱乐、聚会的场所,这样的转变,被业内专家称为家居消费的“场景革命”。

## 营造满足年轻消费者需求的新场景

近日,红星美凯龙北京北四环商场新开业了一家号称“北京首家精品卫浴馆”的馆区,据悉,这家精品卫浴馆是红星美凯龙倾力打造的九大主题馆之一,为消费者提供一站式体验场景和整体消费方案,并营造多种满足年轻消费者



需求的新场景。

据介绍,红星美凯龙提升卖场,打造家居消费新场景,目标是服务好消费升级下的市场新需求,以新的家居消费场景,提升人们的居家生活品质,以全新的姿态掀起家居消费“场景革命”。

红星美凯龙执行总裁朱家桂表示,消费者更加追求审美趣味,追求理想舒适的高品质生活,在消费上也更加注重体验。基于对这一消费趋势的洞察和思考,红星美凯龙打造的不是普通意义上的家居商场,而是集业态呈现、品牌升级、场景化体验、系统化采购等多重前卫功能于一体的全新高端零售区域。

据悉,在未来的规划中,卖场还将增加娱乐、品牌餐饮、酒店、商超等业态,打造吃住玩乐的一站式家装购物生活广场。

业内专家认为,在新零售时代下,家居卖场更需要把线上线下有机结合,延展消费购

物场景的空间及时间,把线下作为消费者的实物体验阵地,为消费者提供购物、休闲、娱乐等全方位的消费及服务场所。

## 打造艺术与生活融合的新空间

有的家居卖场,独辟蹊径把卖场改造成为艺术与生活融合的新型家居概念空间。例如富森家居,在卖场设立了生活美术馆,打造了一种“让艺术进入生活”的场景化、艺术化的场景塑造新形式。

富森家居认为,家居的场景体验并不是睡一下床,坐一下沙发,感受一下舒不舒服那么简单,而是要把一种生活理念贯穿在消费环境中,让空间自由展现,把更加多元的生活方式、文化、美学引入场景化的家居卖场中,满足多元的年轻人的空间想象力,给单纯的家居展厅注入生活灵魂。未来,场景营销将不再只是一个商业术语,而是家居卖场在空间为消费者提供生活感受的必修课。

专家介绍,以前的家居卖场缺少时尚化、生活化气息,别说坐躺休闲,甚至连触摸一下都要小心翼翼。而在新型的家居卖场,可以休息、喝咖啡、用餐,甚至可以带本书进去坐一下午。这里已经不再是简单的卖场,而是一个集家、休闲场所、工作场所为一体的“第三

生活空间”。场景化的家居卖场就是为追求新鲜生活方式的年轻人提供了“一个‘居家生活方式预览’”。

## 在卖场中展示新的生活方式

在家居卖场中展示新的生活方式场景,让生活审美将餐厅、客厅、卧室、书房等空间与书籍、咖啡、电影、音乐、艺术品、科技等元素融合。卖场将不再只是销售商品的渠道,而是变成了一座生活美学实验室。

有家居卖场经营者认为,未来的家居卖场,将是集购物、休闲、娱乐等业态为一体,满足消费者美好生活的新型消费场景,可以满足从刚需到局部改善再到高档消费的广泛客群服务。年轻一代消费者,对于生活品质有着更高的追求,不仅希望能在家居卖场里找到心仪的商品,在“逛”的同时,更想要看到有趣、舒适、具有审美价值的生活解决方案。年轻化、有内容、有审美、有共鸣,一系列因素才是新型家居消费空间吸引年轻消费人群的关键。

业内专家认为,受电商日益强大的压力,当前的商场业态,开始从品牌卖场到精致化、体验型商场转变,家居卖场也转向集多种业态于一体,为消费者提供更加便利、具有全新消费体验的多样化卖场。

# 家居卖场转型消费新场景

## 东拉西扯

□ 双木

最近一段时间,多个知名家居大卖场曝出了消费者购物遇“坑”引发消费纠纷的事件。据《央广网》报道,北京消费者胡女士在集美家居定慧寺店“米兰春天散热器专柜”购买了暖气片和安装服务。没想到暖气安装好不久之后,小区暖气试水时出了问题,胡女士家里的暖气因为大量漏水,导致全屋多处受损,经过米兰春天相关人员检查,是米兰春天安装人员暖气管道安装错误导致漏水,胡女士直接经济损失8万元左右,但米兰春天销售方不同意通过保险赔偿1万多元,为此,胡女士多次找到

## 大卖场要有品牌担当

集美家居和米兰春天公司,但遭遇互相推诿,到目前为止,胡女士的损失依然没有得到合理赔偿。

据《三秦都市报》报道,西安的陈女士,在居然之家太奥店的“维意定制”给孩子的儿童房定制了一组家具,在安装过程中发现家具尺寸不对,定制家具根本装不到房间里,后来经过一再次改造,定制的家具还是装不进去,而且家具经过多次改造,已经面目全非。陈女士要求退货,但被拒绝,且“维意定制”负责人不再出面解决问题。而居然之

家太奥店运营中心负责人表示,因为陈女士购买家具时,与商家自行签订的合同,没有在居然之家收银台结账,所以不能启用赔付程序。

消费者到知名家居大卖场购物,看中的是卖场的实力和对其品牌的信任。到品牌卖场买东西,买的是放心。对于品牌大卖场来说,也应该给消费者更好、更放心的购物体验,不能辜负消费者的这份信任。但是,任何市场和经营行为,都会产生问题和纠纷,这一点上,不能给大卖场过多的苛责。但是,

对于消费者遭遇问题的处理和解决上,就应该体现出品牌大卖场和其他小商场之间的区别,品牌大卖场应该积极、快速地为消费者解决问题,承担起品牌大卖场该有的责任和担当,而不是推诿、缺位、甩锅,这样只会自毁形象,冷了消费者的心。

在以上两起消费纠纷中,可以看出,消费者都是出于对知名大卖场的放心和信任才去购物的,从其遭遇来看,也是商家自身问题导致的消费纠纷。但是从卖场的处理方式来看,没有积极为消费者解决困难和问题,看不到大卖场该有的责任和担当。看来,大卖场有时候也“靠不住”。

邮发代号81-9  
国内统一刊号CN11-0057

消费日报



合作共赢 共创未来

欢迎订阅2022年《消费日报》

季价63元,全年定价252元  
发行电话:010-67604545  
全国各地邮局均可订阅消费日报由国务院国有资产监督管理委员会举办  
中国轻工业联合会主管主办  
信息传播定位:产业基础上的市场化表述  
综合服务平台:为行业企业品牌提供服务

扫码订报

## 本刊支持单位:

中国五金制品协会 中国工业设计协会  
中国室内装饰协会 中国陶瓷协会  
中国家具协会 中国林产工业协会地板委员会  
中国木材流通协会木地板委员会